

5. Трофимова В.Л. – «Природопользование», Москва, 2009.
6. Природа и общество: на пороге метаморфоз // Серия Социоестественная история. Генезис кризисов природы и общества в России / Под ред.Кульпина-Губайдуллина Э.С. Вып. XXXIV. М.: `ИАЦ Энергия`, 2010// <http://www.isras.ru/publ.html?id=1888>
7. www.rpn-urfo.ru

Медведева Е. Ю.,
г. Екатеринбург

ПРОЕКТИВНАЯ МЕТОДИКА BUBBLES В ИССЛЕДОВАНИИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ СТУДЕНТОВ ОБ ОБРАЗЕ РОССИИ И КИТАЯ

Техника Bubbles в классификации проективных методик относится к методикам конструирующим. Подобно такой технике как модифицированный ТАТ техника Bubbles, в частности в маркетинговой практике, применяется с целью изучения глубинных мотивов поведения потребителей в той или иной ситуации, а также для исследования имиджа того или иного продукта. Мы использовали данную технику в студенческой среде с целью выяснить, какие представления об образе России и Китая, о взаимоотношениях этих двух стран существуют у студентов.

Респондентам было предложено закончить три рисунка (они были схематично изображены на стандартном листе бумаги формата А4), каждый из которых выглядел следующим образом:



Один «человечек» должен был символизировать образ России, второй – образ Китая, третий – образ Америки. Кроме того, рисунок выглядел таким образом, что два «человечка», символизирующих образы России и Китая, находились в процессе общения: лицом друг к другу, тогда как образ Америки был выбран в качестве «оценивающей» данную коммуникацию стороны.

Респонденты должны были прорисовать в деталях выражение лица (эмоции), внешний вид (одежда, головные уборы, обувь), плюс дополнительные атрибуты для каждого образа. Также респондентам, работающим с данной методикой, было предложено прописать коммуникацию между Россией и Китаем, а именно: что участники коммуникации говорят друг другу (в автофигуре «что говорит») и что они при этом думают друг о друге (в автофигуре «что думает»). Рядом с каждым нарисованным «человечком» необходимо было дать краткую характеристику полученного образа. И, наконец, третий образ – образ Америки – необходимо было закончить по такому же сценарию, но с учетом того, что данный «человечек» выражает свое мнение и думает по поводу взаимоотношений между Россией и Китаем, наблюдая за их общением со стороны.

После обработки всех рисунков респондентов были получены следующие результаты, которые мы разделили по трем группам: характеристика образа, характеристика коммуникаций, позиция респондента (описание полученного образа).

1. Характеристика образа

Образ России:

Преимущественно позитивно окрашен (на нескольких рисунках изображено грустное, равнодушное и серьезное выражение лица).

Атрибуты: образ России преимущественно был представлен в традиционной одежде жителей сельской местности, деревень: шапки-ушанки, валенки, лапти, ватные штаны, фуфайка. Несколько образов представлено в простой, повседневной одежде: футболка, штаны, кепка, шорты, у одного образа – цветочек в руке + растрепанные волосы (также встречались кудри или волосы,

зализанные на лоб). Все образы – мужчины в возрасте приблизительно от 25 до 40 лет. Были представлены образы: деловой костюм, очки, галстук + наличие таких атрибутов, как скипетр и книга по истории Китая. Один образ демонстрировал нетрадиционное представление о России: что-то наподобие костюма терминатора с автоматом в руке.

Образ Китая:

Выражение лиц преимущественно сдержанное, удовлетворенное, наличие улыбки (ухмылки). Большинство респондентов изображают Китай в кимоно (традиционном костюме Японии) с соответствующими атрибутами: нунчаки, меч, повязка на голове, пояс. Также в работах был представлен образ китайского крестьянина: одежда + головной убор. Все образы, как и в случае с Россией, мужчины от 25 до 40 лет. Также все респонденты отметили характерный китайцам разрез глаз.

Образ Америки:

Респонденты изображают Америку в деловом костюме (галстук или бабочка), с сигарой, в шляпе. Это мужчина средних лет (35-40). Либо задумчив, серьезен, либо довольный, с улыбкой. Один респондент представил образ Америки как дьявол с трезубцем.

2. Характеристика коммуникаций

Россия. Что говорит: Практически все респонденты отметили, что Россия в коммуникации с Китаем использует следующие реплики: *давайте дружить, мы соседи – нам необходимо сотрудничать, история наших взаимоотношений продолжительна, нам необходимо поддерживать стабильные внешнеполитические взаимоотношения*. Были представлены реплики – вопросы: *в чем ваш секрет? Почему ваш ВВП больше? Как жить?* Во многих репликах присутствуют обращения к Китаю как к брату.

Что думает: Преимущественно пессимистические мысли. Недовольство страной, властью, коррупцией; недовольство китайскими товарами, заполонившими рынки; мысли о спиртном. Есть позитивные мысли о необходимости сотрудничать, дружить с Китаем-соседом.

Китай. Что говорит: преимущественно ответ на реплики России. Из работ респондентов было отмечено, что Китай сам не начинает разговор. Соглашается на дружбу с Россией, но на своих условиях. Говорит о мудрости традиций и хорошем управлении в своей стране. Не видит в России достойного партнера.

Что думает: Мысли о мировом господстве, о захвате территорий России, о вступлении в НАТО и сотрудничестве с Америкой. Россия в мыслях Китая – не союзник (*нет у нее былой мощности, погрязла в коррупции*). Дружба будет лишь на словах.

Америка. Что говорит: признает Россию и Китай мощными странами, видит в них партнеров, но иногда с трудом (разные направления). Видит интерес в Китае как в партнере; Россия не представляет интереса. Провозглашает себя единственной сверхдержавой, до которой всем остальным странам еще далеко.

Что думает: *нельзя допускать сотрудничества России и Китая, всем далеко до Америки – Америка лучше всех, мысли о деньгах, Америка – безоговорочный лидер во всем.*

3. Позиция респондента

Относительно России: русский доброжелателен, улыбчив, наивен, весел. Простак. Ощущение смирения, безвыходности.

Относительно Китая: китаец хитрый, довольный, счастлив.

Относительно Америки: американец уверенный, самодовольный, хладнокровный, спокойный, задумчивый (мысли о конце света).

В ходе исследования был отмечен высокий интерес к предложенному заданию, все респонденты подробно прорисовали и прописали предложенные схематичные изображения. Исходя из этого, мы сделали вывод, что применение методики Bubbles в сфере образования имеет хороший потенциал.

Литература

1. Исследование было проведено в 2010 году. Респонденты - студенты первого курса факультета политологии и социологии УрГУ, специальность «политология».

2. Гурджи И. Проективные методики в качественных исследованиях. [Журнал «Практический маркетинг» №1, 2000.](#)

3. Яремчук М.В. Проективная методика Bubbles в исследовании представлений старших подростков о любви//<http://www.humanities.edu.ru/db/msg/41623>

Сафронова К.В.,
г. Красноярск

ИННОВАЦИИ В ОБЩЕСТВЕ В СООТВЕТСТВИИ С ПРИНЦИПОМ МИНИМАЛЬНОГО УНИВЕРСУМА

В современном российском обществе внедрение инноваций является государственной политикой, но действие инновации на общество, инновации, как социальный процесс мало изучены.

Данная работа базируется на универсумном подходе, разработанном В.Г. Немировским. Предмет универсумной социологии – эволюционирующий посредством человека социум в единстве его природных, социальных, духовных связей и проявлений, относящихся как к объективной реальности (внешнему миру, макрокосмосу), так и реальности субъективной (внутреннему миру, микрокосмосу). Выступая обобщением современных тенденций взаимодействия естественнонаучного и социогуманитарного знания, универсумная социология применяет их методы [1, 2]. Инновации в обществе мы рассмотрим в соответствии с важнейшим общеметодологическим принципом – диатропическим принципом минимального универсума. Принцип минимального универсума характеризует наименьшее количество характеристик, необходимых для описания любой материальной системы [1, 2]. В соответствии с этим принципом социальная структура дуальна, что выражается во взаимоотношении экспрессивных и инструментальных элементов социальных систем. На основе ПМУ социум представляет собой